

## Abstrak

**TUJUAN PENELITIAN**, ialah untuk menganalisa strategi yang dilakukan oleh public relations PT. Philips Indonesia untuk meningkatkan brand awareness produk **ANALISIS** yang digunakan adalah Deskriptif-Kualitatif, dimana peneliti akan menggunakan teknik wawancara beserta observasi untuk menjalankan penelitian ini. **HASIL YANG DICAPAI** pada dasarnya ketiga sektor dari PT. Philips Indonesia mempunyai anggaran dana yang berbeda, dimana sektor Consumer Lifestyle dan healthcare tidak memiliki anggaran dana sebesar sektor Lighting, sehingga berbagai keterbatasan untuk melakukan publikasi melalui iklan dan event juga menjadi hambatan. **SIMPULAN** Public Relations PT. Philips Indonesia perlu mengaplikasikan strategi-strategi Marketing Public Relations, karena dampak yang diberikan bukan hanya kepada citra semata, tetapi dapat mendukung kegiatan pemasaran untuk menjadi lebih efisien dan baik. **KELVIN**

**Kata Kunci:** Public Relations, Marketing Public Relations, Brand Awareness.

**RESEARCH GOAL**, is to analyze the strategy undertaken by public relations PT. Philips Indonesia to increase brand awareness of the product. **ANALYSIS METHODS** used is descriptive-qualitative, where researchers will use interviewing techniques to conduct the research with this observation. **RESULTS ACHIEVED** basically three sectors of the PT. Philips Indonesia has a different budget, which the Consumer Lifestyle sector and healthcare do not have the budget funds amounting Lighting sector, so many limitations to make the publication through advertising and events are also being obstacle. **CONCLUSION** Public Relations of PT. Philips Indonesia needs to apply the strategies Marketing Public Relations, because the impact is given not only to the image alone, but can support marketing activities to become more efficient and baik. **KELVIN**

**Key Words:** Public Relations, Marketing Public Relations, Brand Awareness.